

ЯК ПАРАМЕТРИ РОЗСЕЛЕННЯ МЕШКАНЦІВ У МІСТАХ ВПЛИВАЮТЬ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ПЕРЕВЕЗЕНЬ ПАСАЖИРІВ

Федоркина С.Ю.

Науковий керівник – Пруненко Д.О., канд. екон. наук, доцент

Пасажи́рський транспорт є невід’ємним елементом транспортної системи, у тій її частині, що забезпечує переміщення людей по території країни.

Потреба населення у переміщенні залежить від рівня розвитку суспільства та визначається станом соціальної культури, особливостями економічних відносин, характером розселення громадян і сформованим укладом життя.

У минулі роки в нашій країні перевезення різними видами транспорту зростали, але в останні десятиліття обсяги, починаючи з 1998 р., стали падати у зв’язку з економічною кризою і погіршенням матеріального становища населення. Падіння відбулося на всіх видах транспорту.

Перше місце за кількістю перевезених пасажирів за 2016 рік займає метрополітен – 35,7 % і має велике значення в житті міста, тролейбусний займає – 25,4 % , який по своїй екологічній безпеці набагато випереджає автомобільний(19,8%) (який самий сильно забруднюючий вид транспорту)та трамвайний (19,1%) транспорт займають меншу частину від загальної кількості, внаслідок їх територіальної залежності

Через те, що в останні роки громадський наземний транспорт розвивається досить стрімко і збільшує кількість маршрутів по місту , а також, тому що будуються розважальні центри в спальних районах і збільшується кількість робочих місць у цих районах - жителям міста більш економічно вигідніше, зручніше і швидше дістатися пунктів призначення без пересадок наземним транспортом. Тому попит на метрополітен за 2015 рік порівняно з 1999 роком впав на 10,9 % , так як будівництво і розвиток метрополітену потребує значних капіталовкладень і термінів введення в експлуатацію нових ліній, що істотно обмежує темпи розвитку цього виду транспорту. Через це люди почали віддавати перевагу і використовувати трамвайний, тролейбусний і автобусний види транспорту , щоб дістатися до місця призначення. Саме тому попит на автобусний вид транспорту на 2015 рік збільшився на 27,5 % порівняно з 1999 роком, тому що серед переваг цього виду транспорту є : маневреність, відносно висока швидкість пересування, велика комфортабельність і зручність поїздки.

За результатами проведених досліджень можна зробити прогнози на майбутнє. Так можна сказати, що в подальшому не варто чекати збільшення обсягів перевезень людей, бо основні висновки – йде падіння обсягу перевезень, з 1999 року до 2015 р. перевезення пасажирів зменшилося на 24,7 %.

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Щипанов В.В.

Науковий керівник – Фалецька Г.І., канд. техн. наук, доцент

Вирішальним фактором комерційного успіху транспортних підприємств на ринку є високий рівень конкурентоспроможності їх послуг. Даний рівень визначається сукупністю споживчих властивостей транспортної послуги, що характеризують її відмінності від послуг конкурентів за ступенем відповідності конкретним суспільним потребам. Під конкуренцією розуміється економічний процес взаємозв'язку, взаємодії та боротьби власників продукції, робіт, послуг за найбільш вигідні умови їх виробництва і реалізації. Висока конкурентоспроможність послуги не є самоціллю для підприємства-виробника, а служить лише засобом отримання високого прибутку.

Це можливо за рахунок збільшення займаного сегмента ринку транспортних послуг. Для стійкого положення транспортного підприємства на ринку транспортних послуг і підвищення його конкурентоспроможності необхідно обґрунтовувати можливі конкурентні переваги підприємствах на основі комплексу заходів. До них можна наступні: зниження тарифів; застосування диференційованих тарифів по маркам рухомого складу і відстаням; додаткові транспортно-експедиційні послуги (з урахуванням економічного становища замовників); поліпшення якості послуг; підвищення надійності та безпеки перевезень; гарантії терміну доставки; використання ділового досвіду і зв'язків керівництва підприємства. Рівень конкурентної стійкості транспортного підприємства залежить від значної кількості факторів, які необхідно враховувати при формуванні відповідних управлінських і організаційних заходів.